

Billiard merupakan olahraga yang dikenal masyarakat, tetapi masih banyak masyarakat Indonesia yang belum biasa memainkan olahraga billiard ini. POBSI (Persatuan Olahraga Billiard Seluruh Indonesia) mulai mempromosikan olahraga ini dengan mengadakan pertandingan-pertandingan di setiap tempat billiard. Billiard inipun sudah dipertandingkan dalam pertandingan resmi seperti Pekan Olah Raga Nasional maupun Sea Games. Next selalu memberikan sesuatu yang spesial dalam menjalankan sportainment business di Yogyakarta. Selain itu banyak hal yang dilakukan *management* untuk mengembangkan *awareness* dan juga membentuk *brand image* yang pas dan dapat diterima oleh khalayak umum. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Next Billiard. Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif, dengan metode ini penulis dapat menganalisa bagaimana strategi pemasaran Next Billiard dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan rangkaian analisa data dari pengumpulan data, reduksi, penyajian, hingga penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Next Biliar mengacu pada beberapa elemen komunikasi pemasaran beberapa diantaranya *advertising*, *sales promotion*, dan juga *word of mouth*. Kegiatan *advertising* dilakukan dengan memanfaatkan akun facebook sebagai media komunikasi secara langsung dengan khalayaknya, sehingga komunikasi yang dilakukan dapat lebih komunikatif. Pada tahapan *sales promotion*, perusahaan menggunakan diskon bagi para member dan juga beberapa paket-paket khusus untuk lebih menarik konsumen. Salah satu paket khusus yang ada yaitu “free for ladies” yang memang paket ini ditujukan agar ada pengunjung wanita yang berminat untuk datang. Selanjutnya pada tahapan “word of mouth” (getok tular), perusahaan menjadikan komunitas billiard yang ada di Yogyakarta khususnya, sebagai media promosi mereka. Hal yang mendasari dalam pemilihan tersebut adalah segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. Aktivitas komunikasi pemasaran ini bertujuan agar konsumen tertarik dengan produk yang diberikan Next Billiard.